

**STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN  
GROBOGAN DALAM MELAKSANAKAN PUBLISITAS**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Media Relations Humas Pemerintah  
dalam Melaksanakan Publisitas di Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah  
Kabupaten Grobogan)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

Oleh:

**RIDHO ADITRIANTO**

L100120086

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2017**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN GROBOGAN DALAM MELAKSANAKAN PUBLISITAS

### STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN GROBOGAN DALAM MELAKSANAKAN PUBLISITAS

(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Media Relations Humas Pemerintah dalam Melaksanakan Publisitas di Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kabupaten Grobogan)

## PUBLIKASI ILMIAH

RIDHO ADITRIANTO  
L 100120086

oleh:

Telah dipertahankan di depan Dewan Pengel-  
Fakultas Komunikasi dan Informatika  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Rabu, 22 Maret 2017  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

RIDHO ADITRIANTO  
L 100120086

1) Drs. Joko Sutarno, S.E., M.Si  
(Ketua Dewan Pengel)

2) Dr. Dian Purwanto, S.E., MM.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

3) Agus Triyanto, M.Si  
(Anggota II)

Dosen Pembimbing

  
Drs. Joko Sutarno, S.E., M.Si.

NIP.196406011993031001

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN GROBOGAN  
DALAM MELAKSANAKAN PUBLISITAS

(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Media Relations dalam Melaksanakan Publisitas di  
Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kabupaten Grobogan)

OLEH

RIDHO ADITRIANTO

L 100120086

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Komunikasi dan Informatika  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Rabu, 22 Maret 2017  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1) Drs. Joko Sutarso, S.E, M.Si  
(Ketua Dewan Penguji)

(.....)

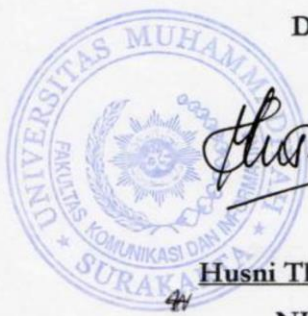
2) Dr. Dian Purworini, S.Sos, MM.  
(Anggota I Dewan Penguji)

(.....)

3) Agus Triyono, M.Si  
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)

Dekan,



Husni Thamrin, Ph.D

NIK. 706

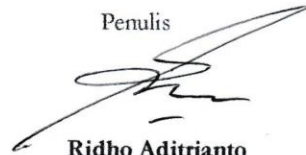
## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Publikasi Ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 3 Maret 2017

Penulis



Ridho Aditrianto

L 100120086

# **STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN GROBOGAN DALAM MELAKSANAKAN PUBLISITAS**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Media Relations dalam Melaksanakan  
Publisitas di Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kabupaten Grobogan)**

## **Abstrak**

Humas pemerintah mempunyai peran yang sangat penting untuk membuka ruang bagi masyarakat atau publik untuk mendapatkan akses informasi yang dibutuhkan. Informasi yang akan disampaikan kepada publik atau media juga harus akurat, mudah, dan cepat supaya kebijakan pemerintah sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat dan agar mengetahui kebijakan pemerintah sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Begitu juga yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Grobogan, khususnya Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kabupaten Grobogan memposisikan diri sebagai gerbang informasi bagi publik dan media. Pemerintah Kabupaten Grobogan juga melibatkan humasnya dalam penyebaran informasi melalui media massa. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan *media relations* yang dilakukan Humas Kabupaten Grobogan dalam mengelola informasi yang akan dipublikasikan untuk memperoleh publisitas. Sumber data penelitian berupa hasil wawancara dengan narasumber. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data penelitian menggunakan tahapan pengumpulan informasi, reduksi data, penyajian dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi *media relations*. Humas Pemerintah Kabupaten Grobogan dalam melaksanakan publisitas tercakup dalam tiga peran. Ketiga peran tersebut adalah peran sebagai humas, sebagai *media relations*, dan sebagai publikasi informasi atau publisitas. Humas Pemerintah Kabupaten Grobogan memandang penting publisitas, karena bisa membangun hubungan yang baik dengan media massa di wilayah Kabupaten Grobogan. Komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Grobogan dengan media massa memiliki tujuan meningkatkan pengertian terhadap masyarakat.

**Kata kunci: strategi media relations, humas pemerintah, publisitas.**

## **Abstract**

A government public relation has significant role in opening opportunities to the public to access certain information. Information that will be share to public should be accurate, understandable, and fast in order to synchronyze government's policies to the need of society. this has been carried out by the public relation department of the district government of Grobogan which plays its role as source of information to the public and media. The district government of Grobogan has involved its public relation in spreading information through mass media. this research belonged to qualitative descriptive research which describes media relations done by the public relation department of the district government of Grobogan in managing which will be published to attract publicity. Source of data taken was interview with the interviewee. The technique of data collection used observation, interview and documentation. Data analysis in this research applied data collecting, data reduction, presentation, dan conclusion or verification. This research concluded that media relations strategy taken by the public relation department of the district government of Grobogan included three roles. Those three roles were the roles as public relation, as media relations, and as information publicity. The public relation department thought that publicity was important for the reason of the ability to build good relationship with the mass media in Grobogan regency. Communication taken by the public relation department to the media aimed to increase the understanding to the society.

**Keywords: media relations strategy, public relation department, publicity**

## 1. PENDAHULUAN

Setiap instansi baik pemerintah, perusahaan, ataupun lembaga lainnya pasti mempunyai humas. Humas mempunyai tugas dan fungsi untuk bertanggung jawab dan mempertahankan citra positif yang telah ada pada suatu instansi atau perusahaan serta mencitrakan lebih baik kembali dimana tempat instansi atau perusahaan itu berada, berperan menyampaikan suatu kebijakan atau semua informasi yang dilaksanakan oleh instansi atau suatu perusahaan. Menurut Vovk(2015) *Public Relations* merupakan upaya jangka panjang dari organisasi difokuskan pada menciptakan dan memelihara hubungan yang baik dan saling pengertian serta menjalin komunikasi dengan semua pemangku kepentingan, yang dapat memberikan kontribusi signifikan. “*Public Relations* bisa dikatakan sebagai fungsi manajemen strategis yang fokus pada membangun, mengembangkan, memelihara dan mengelola suatu hubungan antara masyarakat dan organisasi dengan karakteristik yang berbeda. Meliputi usaha untuk mempunyai hubungan jangka panjang yang positif dan berdasarkan pada prinsip yang saling menguntungkan, kepercayaan, pengertian dan *goodwill*” (Boztepe, 2016). Humas pemerintah sendiri mempunyai fungsi untuk meningkatkan citra positif, menjadi wadah untuk saling berinteraksi, meningkatkan reputasi, menjalin hubungan yang baik antar *stakeholder*, serta membangun kepercayaan kepada instansi dan masyarakat. Humas pemerintah dapat dikatakan sebagai wakil dari pemerintah yang memberikan informasi dari pemerintah kepada masyarakat, humas juga menyampaikan informasi kepada pemerintah dari pendapat-pendapat masyarakat baik kritik ataupun saran. Seperti menurut Gleen Broom dan David Dozier (dalam Karlina, 2014) tugas humas adalah menjembatani bagi organisasi dengan publiknya dalam mencari solusi yang akan mawadahi kepentingan kedua belah pihak. Sebagai fasilitator komunikasi bisa dikatakan tugas humas pemerintah terdiri dari dua macam, yaitu internal (kedalam), dan eksternal (keluar). Dalam hal kedalam berupa hubungan dengan para pegawai. Seorang pemimpin sebuah organisasi khususnya di humas juga harus berkomunikasi dengan bawahannya dan juga melakukan kegiatan seperti mengadakan rapat, menerbitkan majalah intern, memasang pengumuman, mengadakan pertemuan untuk menampung pendapat bagi kepentingan organisasi. Sedangkan dalam hal keluar yang berhadapan langsung dengan rakyat (*community relations*), hubungan dengan jawatan antar instansi pemerintah, dan hubungan dengan pers (*press relations*).

Humas pemerintah mempunyai peran penting untuk membuka ruang bagi masyarakat atau publik untuk mendapatkan akses informasi yang dibutuhkan. Informasi yang akan disampaikan kepada publik atau media harus akurat, mudah, dan cepat supaya nantinya kebijakan pemerintah sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat dan agar mengetahui kebijakan

pemerintah sudah sesuai dengan masyarakat. Seperti yang dikutip dari Baskin, Humas pemerintah mempunyai peran yang penting dalam menjaga suatu informasi publik tentang masalah, isu-isu dan tindakan pada semua tingkat pemerintahan. Petugas humas pemerintah juga meminta persetujuan masyarakat terhadap program pemerintah, membantu menjelaskan apa yang diinginkan warga dari pemerintah, lalu berusaha membuat pemerintahan yang responsif terhadap apa yang diinginkan masyarakat, dan juga berusaha untuk mempengaruhi dan memahami opini publik (Boztepe, 2016). Dalam hubungannya dengan media, petugas humas pemerintah juga harus mempunyai kredibilitas, kecepatan, dan menguasai masalah dalam menyampaikan informasi kepada media. Humas juga sebagai *communication facilitator* untuk menjembatani kebutuhan informasi antara pemerintah dan masyarakat, serta seluruh *stakeholder*. Informasi tentang kebijakan dan layanan informasi lainnya harus diinformasikan oleh humas agar masyarakat paham tentang program pemerintah yang telah terpenuhi dan juga apa yang sedang dijalankan.

*The Statement of Mexico* dalam Ruslan(2016:17) mendefinisikan humas adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik. Disisi lain informasi akan dapat diketahui dengan baik oleh masyarakat jika dalam melakukan publikasi humas juga menjalin hubungan yang baik dengan media (*media relations*). Sehingga publikasi akan dilakukan dengan mudah dalam menyebarkan suatu informasi. Sedangkan definisi *media relations* atau yang juga banyak disebut dengan *press relations* adalah hubungan kerja yang terjalin antara petugas humas dengan orang-orang pers atau wartawan, di dalam kegiatan penyebaran informasi dalam media berita (*news media*) (Ruslan, 2016:169). Maka dari itu tugas humas yang tidak kalah pentingnya adalah menjalankan kegiatan *media relations* untuk menjalin hubungan yang baik dengan wartawan, baik dari bagian ataupun seluruh lini dari lembaga pers. Selain itu juga memperhatikan keberadaan organisasi media, dan asosiasi yang ada dari profesi wartawan. Dapat dikatakan wartawan sebagai ujung tombak dari sebuah media, yaitu wartawanlah yang akan meliput suatu informasi atau peristiwa sehingga menjadi sebuah berita yang akan dipublikasikan.

Begitu juga yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Grobogan, khususnya Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kabupaten Grobogan memposisikan diri sebagai gerbang suatu informasi bagi publik dan media. Untuk itu, Humas Pemerintah Kabupaten Grobogan melibatkan humasnya dalam penyebaran informasi ke media massa. Saat



ini bagian humas Pemerintah Kabupaten Grobogan banyak melakukan *media relations* sebagai upaya menjembatani antara pemerintah dengan masyarakat. *Media relations* banyak dilakukan kepada wartawan media cetak dan media elektronik karena wartawanlah yang lebih sering untuk mempublikasikan sebuah berita.

Salah satu prestasi yang pernah diraih yaitu pada bulan November Tahun 2015 Humas Pemerintah Kabupaten Grobogan mendapat penghargaan dari Menteri Komunikasi dan Informatika(Kominfo) Republik Indonesia dalam acara Badan Koordinasi Humas (Bakohumas) Nasional di Surabaya yang diadakan pada tanggal 17-19 November 2015. Acara yang diadakan di Gedung Dyandra Convention Centre, Humas Pemerintah Kabupaten Grobogan mendapatkann penghargaan Anugerah Media Humas dalam kategori pemberitaan *advertorial* Provinsi/Kabupaten/Kota dan meraih peringkat III Nasional. Hal tersebut dapat dibanggakan karena baru pertama kali mendapat dan meraih peringkat III Nasional (sumber: <https://kominfo.go.id>). Humas mempunyai peran penting dalam menjalankan *media relations*, seperti yang telah dilakukan oleh Humas Kabupaten Grobogan sehingga dapat meraih penghargaan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti (Boztepe,2016; Euphemia&Ezekiel,2012; Fajar,2011) menyatakan bahwa dalammelakukan *media relations* sangat diperlukan oleh seluruh instansi baik swasta ataupun lembaga pemerintahan dalam mengelola informasi dan juga mempublikasikan informasi, baik dalam hal krisis, mempertahankan citra positif, dengan memanfaatkan media-media yang ada. Baik dalam menggunakan media dalam mempublikasikan informasi, mengelola informasi, memenejemen strategi yang digunakan untuk memperoleh publisitas. Maka dari itulah yang membuat penulis tertarik untuk mengetahui secara mendalam Bagaimana strategimedia *relations* yang dijalankan oleh Humas Kabupaten Grobogan dalam melaksanakan publisitas?. Intinya dalam penelitian ini akan mendeskripsikan lebih mendalam mengenai *media relations* yang dilakukan Humas Kabupaten Grobogan dalam melaksanakan publisitas.

## **1.1TELAAH PUSTAKA**

### **1.1.1 Praktik Humas di Lembaga Pemerintah**

Komunikasi berfungsi sebagai penghubung yang menjembatani cita-cita dan aspirasi antara masyarakat dengan pemerintah secara timbal balik. Aspirasi dan cita-cita masyarakat akan tertampung sehingga mereka merasa ikut serta, dan dengan sendirinya akan memberikan dukungan serta dorongan dari masyarakat. Dalam melaksanakan peranannya (komunikasi) menggunakan perangkat yang ada dalam tubuh organisasi maupun yang terdapat dalam



masyarakat. Humas harus bersikap kreatif, ulet, pantang menyerah dan terbuka terhadap masyarakat untuk mempertahankan dan memperbaiki kinerja, pengetahuan, serta dedikasi. Kegiatan komunikasi harus dilakukan secara terpadu dan bersama-sama, maka harus mentaati dan mengindahkan peraturan serta perundangan yang ada dan berlaku. *Webster's New World Dictionary* mendefinisikan hubungan masyarakat sebagai hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas; khususnya fungsi-fungsi korporasi, organisasi, dan sebagainya yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan opini publik yang menyenangkan untuk dirinya sendiri. *The Statement of Mexico* dalam Ruslan(2016:17) mendefinisikan humas adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik.

Sedangkan menurut Edward L. Bernays (*Public Relations University of Oklohama Press*) humas mempunyai 3 pengertian, yaitu: 1) Memberi penerangan kepada masyarakat, 2) Membujuk langsung masyarakat guna mengubah sikap dan tindakan, 3)Memberikan usaha-usaha mengintegrasikan sikap dan tindakan dari permasalahan dengan masyarakat dan dari masyarakat terhadap permasalahannya. (dalam Widjaja, 2002:54)

Dalam fungsinya humas juga memiliki beberapa fungsi untuk membantu kinerja, seperti dikutip dalam Triyono(2013);

“Scott M Cutlip dan Allen Center memberikan penjelasan terkait dengan fungsi humas. *Pertama*, memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik-publik suatu organisasi, sehingga kebijaksanaan beserta operasionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publik-publik tertentu. *Kedua*, menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publik. *Ketiga*, merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi”.

Dapat dikatakan humas adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menanamkan pengertian untuk memperoleh *good will*, kerja sama dan kepercayaan yang suatu saat akan mendapat dukungan dari pihak lain. Tujuan humas untuk membina, memelihara, dan menciptakan sikap yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik dilain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan terjadi timbal balik. Humas juga mempunyai prinsip pokok yaitu humas bertolak dari dalam organisasi, tindakan perorangan membawa nama keseluruhan, nama baik organisasi tidaklah tergantung kepada apa yang dikerjakan, prinsip banyak bekerja dan berbicara. Sedangkan pelaksanaan tugas humas yaitu

menyelidiki dan mendengar, mengambil ketentuan dan merencanakan, melaksanakan komunikasi, dan penilaian. (Widjaja, 2002:55)

Humas Pemerintah berperan sebagai komunikator yang mempunyai fungsi ganda yaitu keluar dan kedalam organisasi. Keluar, yakni memberikan informasi kepada khalayak sesuai dengan kebijaksanaan instansinya. Ke dalam yaitu humas wajib menyerap reaksi dari khalayak untuk kepentingan instansinya (Widjaja, 2002:63). Adanya organisasi kehumasan pada setiap instansi pemerintahan merupakan keharusan yang mempunyai sifat fungsional dalam rangka untuk menyebarkan informasi tentang aktivitas instansi tersebut. Baik keluar ataupun kedalam kepada masyarakat melalui pers, radio, televisi dan media lainnya. Ezekiel dan Euphemia (2012) mengemukakan *public relations* di sebuah departemen pemerintah memiliki dua tugas utama yaitu, untuk memberikan informasi berkala tentang kebijakan, rencana dan prestasi departemen serta untuk menginformasikan, mendidik masyarakat pada undang-undang, peraturan dan segala hal yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari warga. Maka dari itu tugas humas pemerintah dibagi menjadi 2 tugas, pertama tugas strategis yaitu ikut serta dalam *decision making process*. Kedua yaitu tugas taktis, seperti memberikan informasi, memberikan motivasi, membuat citra yang baik, menjalankan komunikasi timbal balik.

Pejabat humas pemerintah juga harus mempunyai kemampuan yang memumpuni antara lain, untuk mengamati dan menganalisa persoalan, menarik perhatian, untuk menjalin kerjasama, untuk membangun kepercayaan, kemampuan untuk mempengaruhi pendapat publik. Pembinaan kehumasan melalui Badan Koordinasi Humas (Bakohumas) juga diperlukan untuk mendapatkan kualitas seorang pejabat humas yang lebih baik. Pembinaan yang dimaksud adalah usaha-usaha dan kegiatan yang ditujukan untuk mengembangkan fungsi humas dan kedudukan profesi kehumasan dengan tujuan agar terpeliharanya hubungan yang harmonis serta tumbuhnya sikap kemampuan berkomunikasi antara pemerintah dengan masyarakat dan sebaliknya (Widjaja, 2002:65).

Di era informasi, praktik humas pemerintah telah bergeser dari interpersonal komunikasi (satu arah) ke arah *the new electro-personal* (komunikasi interaktif). Pemimpin pemerintah dan petugas humas mau tidak mau harus mengubah strategi dan taktik komunikasi mereka sesuai dengan jaman sekarang. Praktik-praktik humas pemerintah dalam masyarakat demokrasi haruslah melayani informasi yang akurat dan berjalan secara dua arah, sehingga pemerintah dapat bergandengan tangan dengan masyarakat dalam membuat kebijakan publik (dalam Karlina, 2014). Disahkannya Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, membawa konsekuensi kepada ketentuan hukum yang melindungi hak atas informasi Warga Negara Indonesia. Sebenarnya disinilah tantangan humas pemerintah dalam

memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan masyarakat yang semakin tinggi dalam memperoleh keterbukaan informasi publik. Tuntutan akan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*) yang memberikan syarat adanya akuntabilitas, transparansi dan partisipasi masyarakat dalam setiap proses terjadinya kebijakan publik UU KIP disahkan DPR pada tanggal 3 April 2008, dan diundangkan pada tanggal 30 April 2008. Diberikan waktu dua tahun untuk melaksanakan Undang-undang ini. Pada tanggal 30 April 2010, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik efektif diberlakukan di seluruh Indonesia (Sumber: <http://ppid.dpr.go.id>). Dengan adanya UU KIP tersebut, dapat dijadikan momentum oleh humas pemerintah dalam menjalankan tugas dan fungsinya untuk memberikan informasi lebih secara transparan, jujur, terbuka, dan objektif. Informasi yang akan dipublikasikan oleh humas pemerintah apabila tidak akurat, mudah, dan cepat, dapat menimbulkan kebijakan pemerintah yang dianggap tidak informatif, dan tidak sesuai dengan informasi apa yang dibutuhkan masyarakat. Tantangan Humas Pemerintah tersebut secara terpaksa harus dilakukan dan dihadapi yang berkaitan kebutuhan masyarakat untuk akses informasi publik, karena tuntutan tersebut sudah diakomodir oleh UU KIP No. 14 Tahun 2008 yang harus dapat dilaksanakan dan dipahami oleh petugas pelayanan informasi publik khususnya oleh Humas Pemerintah.

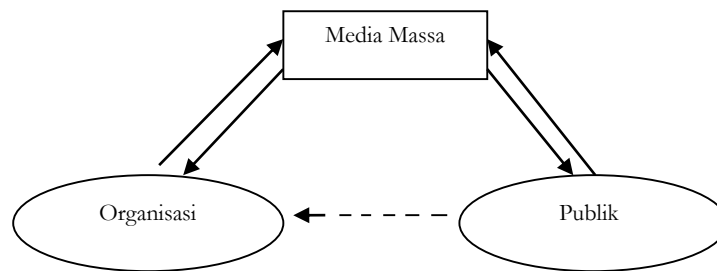
Sementara tugas dan fungsi humas dalam lingkup instansi non pemerintah berbeda dengan instansi pemerintah. Menurut Ruslan (2012) perbedaan pokok antara fungsi dan tugas hubungan masyarakat yang terdapat di instansi pemerintah dengan non pemerintah (lembaga komersil) adalah tidak adanya unsur komersial ataupun humas pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Kinerja humas pemerintah lebih menekankan pada *service* atau demi meningkatkan pelayanan umum (dalam Purwoko, 2015). Bisa disimpulkan perbedaan mendasar yang juga terlihat dalam humas pemerintah dan humas non pemerintah adalah apa yang dikomunikasikan. Humas pemerintah akan mengkomunikasikan tentang kebijakan pemerintah terhadap rakyatnya, maka humas swasta akan mengkomunikasikan *image*, citra, atau *brand* dari perusahaan tersebut.

### **1.1.2 Konsep Media Relations dan Publisitas**

Menurut Jefkins (2004) *Press relations* adalah usaha untuk mendapatkan publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi *public relations* dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Menurut Rusady Ruslan (2005) memberikan definisi bahwa *press relations* adalah suatu kegiatan khusus dari pihak *public relations* untuk melakukan komunikasi

penyampaian pesan, atau informasi tertentu mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan /institusi, produk dan kegiatan bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerja sama dengan pihak pers atau media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif (dalam Triyono, 2013). Kata *press relations* sampai saat ini masih banyak sering dipergunakan untuk menggambarkan hubungan dengan media penyiaran. Semakin berkembangnya media massa dan juga *Public Relations*, istilah lain yang sangat tepat digunakan adalah *media relations* atau hubungan dengan media. Semua kegiatan yang dilakukan oleh humas instansi pemerintah ataupun perusahaan tentunya akan menggunakan media massa dan bukan hanya menggunakan media cetak. Media elektronik juga dapat mempublikasikan informasi atau kegiatan atau prestasi yang dicapai oleh suatu organisasi, dan juga media online telah berkembang pesat sekarang ini. Hal itu dapat mengarah pada upaya untuk mempublikasikan sebuah informasi atau pesan dari humas agar publik yang menjadi *stakeholder* dari sebuah organisasi khususnya instansi pemerintah mendapatkan cukup pengetahuan tentang semua kegiatan yang sudah tercapai oleh organisasi tersebut. Hubungan baik tersebut tidak hanya dengan media cetak saja, melainkan juga dengan semua media massa lainnya. Hal itu penting karena akan mempengaruhi keberhasilan suatu program dan cukup efisien sehingga tidak memerlukan banyak dana dan daya untuk mempublikasikan suatu informasi.

*Media relations* bisa diartikan,”merupakan bagian dari *public relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antar organisasi dan publik-publiknya untuk mencapai tujuan organisasi”. Dari sisi organisasi, membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa itu paling tidak berarti memenuhi dan menanggapi kebutuhan dan kepentingan media massa terhadap organisasi tersebut. Hubungan media dan pers merupakan sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja untuk kelancaran aktifitas komunikasi humas dengan publik(dalam Ruslan, 2016:167).Sifat komunikasi dalam*public relations* adalah dua arah, maka praktik *media relations* bukan hanya mengkomunikasikan ke luar organisasi melainkan juga menjadi komunikan yang baik dari apa yang dikomunikasikan dari luar organisasi. Secara sederhana, bila digambar arus pola komunikasi dalam praktik *media relations* adalah seperti berikut.



Gambar 1: Pola Komunikasi

Sumber : Iriantara(2008)

Gambar tersebut menunjukkan, organisasi menyampaikan informasi, gagasan atau citra melalui media massa kepada publik. Sedangkan, publik bisa menyampaikan aspirasi, harapan, keinginan atau informasi melalui media massa pada organisasi (Iriantara, 2008: 31-32). Media massa bukan sekedar mampu untuk menyampaikan suatu pesan kepada publik, namun juga memiliki fungsi untuk mendidik, mempengaruhi, menginformasikan, dan menghibur. Maka dari itu media massa juga memiliki potensi untuk mengubah sikap, pendapat, perilaku, membangkitkan kesadaran, serta dapat mendorong tindakan.

Dalam hal upaya untuk membina hubungan media, *public relations* akan melakukan berbagai kegiatan yang memiliki hubungan dengan media, yaitu:

- a. *press release* atau siaran pers
- b. konferensi pers atau jumpa pers
- c. *pers briefing*, kunjungan pers,
- d. resepsi pers,
- e. peliputan kegiatan dan,
- f. wawancara pers (Abdullah, 2001: 80-100).

Sedangkan menurut Jefkins dalam Triyono (2013) menjelaskan beberapa bentuk hubungan pers, antara lain :

#### 1. Kontak pribadi (*personal contact*)

Yang menjadi dasar keberhasilan press relations tergantung "apa dan bagaimana" kontak pribadi antara kedua belah pihak terjalin secara informal, seperti adanya kejujuran, saling pengertian dan saling menghormati serta kerja sama yang baik demi tercapainya tujuan atau publikasi yang positif.

#### 2. Pelayanan informasi atau berita (*news services*)

Pelayanan yang sebaik-baiknya yang diberikan oleh pihak *public relations* kepada pers dalam bentuk pemberian informasi baik tertulis maupun dalam bentuk rekaman.

#### 3. Mengantisipasi kemungkinan hal darurat (*contingency plan*)

Untuk mengantisipasi kemungkinan permintaan yang sifatnya mendadak dari para wartawan, maka seorang praktisi *public relations* harus siap melayani dengan sebaik mungkin. Karena media massa mempunyai peran yang sangat penting bagi *public relations*, maka menjadi sebuah keniscayaan bagi seorang praktisi *public relations* untuk menjalin hubungan yang baik dengan media massa.

Dari berbagai penjelasan tersebut dapat disimpulkan tujuan dari sebuah pelaksanaan kegiatan *media relations* dalam suatu organisasi adalah dapat mengubah sikap pro menjadi kontra dan kontra menjadi pro terhadap tindakan yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi.

Meski publisitas menjadi andalan *public relations*, namun bukan berarti *public relations* terbatas hanya pada aktivitas publisitas. Publisitas hanyalah alat yang digunakan *public relations* untuk mendukung tujuan manajemen (Kriyantono: 2008). Beberapa ahli mengemukakan definisi publisitas, menurut Lesley dalam Iriantara (2008:190) publisitas adalah penyebaran pesan yang direncanakan dan dilakukan untuk mencapai tujuan lewat media untuk kepentingan dari organisasi dan perorangan tanpa pembayaran tertentu pada media. Sedangkan menurut Cutlip dan Center mendefinisikan publisitas adalah penyebaran informasi secara sistematis tentang lembaga atau perorangan. Ada juga yang menyebutkan publisitas itu sekedar pemberian saran yang mengarahkan para wartawan untuk memasukkan nama perusahaan atau produk ke dalam berita di koran, majalah, acara tv atau radio dengan memberikan ide berita, narasumber, informasi latar, dan bahan-bahan lain. Disamping itu, ada yang memandang publisitas sebagai mengedepankan kepentingan organisasi untuk diliput oleh media tertentu sehingga bisa menyampaikan pesan-pesan strategis atau peristiwa-peristiwa organisasi secara gratis.

Selain itu, definisi publisitas menurut Kriyantono (2008) adalah sebagai berikut:

1. Segala informasi atau tindakan yang membawa seorang individu menjadi dikenal publik (*any information or action that brings a person to public notice*)
2. Herbert M. Baus mendefinisikan publisitas sebagai pesan yang direncanakan, dieksekusi & didistribusikan melalui media tertentu untuk memenuhi kepentingan publik tanpa membayar pada media (*a message purposefully planned, executed & distributed through selected media to further the particular interest of the client individual or organization, public or private without specific payment to media*).
3. Otis Baskin, dkk mendefinisikan publisitas sebagai istilah yang merujuk pada publikasi berita tentang organisasi atau individu dimana untuk itu tidak perlu membayar waktu atau *space* (*a board term that refers to the publication of news about an organization or person for which time or space was not purchased*)

Dari kaca media massa, publisitas adalah informasi yang disediakan oleh sumber luar yang digunakan oleh media karena informasi itu memiliki nilai berita. Meski publisitas juga merupakan salah satu teknik dalam *Public relations* namun hal ini juga bukan pekerjaan teknis semata, tetapi juga melainkan sebuah karya kreatif. Jadi publisitas merupakan informasi yang telah disediakan oleh narasumber luar yang dipakai oleh media, karena informasi tersebut memiliki nilai untuk dijadikan berita. Media tidak akan menarik harga untuk memuat informasi tersebut dalam surat kabar ataupun dalam slot waktu di media elektronik. Dengan mengirimkan informasi melalui *press release*, *press conference*, *press tours*, dll kepada media, public relations berharap informasi tersebut disebarkan media kepada khalayak. Ketika *release* dari *public relations* dimuat sebagai berita maka situasinya berubah menjadi “media bercerita tentang organisasi tempat *public relations* bekerja”, bukan seorang PR sendiri yang bercerita.

Kriyantono (2008:45) juga mendefinisikan keuntungan dari publisitas yaitu publisitas mengandung kredibilitas tinggi di mata khalayak media, khalayak dianggap lebih mempercayai informasi publisitas yang dikemas dalam sajian berita. Di mata khalayak, informasi atau berita tersebut adalah fakta yang tidak direkayasa, penulis berita (yang menceritakan) bukan perusahaan, tetapi media. Media di mata khalayak dianggap sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya serta informasi atau berita yang disajikan tidak mengesankan berisi pesan-pesan menjual.

Hal tersebut cukup beralasan karena keuntungan dari publisitas adalah publisitas mengandung kredibilitas tinggi di mata khalayak media, publisitas tidak membayar, publisitas memungkinkan cerita lebih detail tentang produk dan perusahaan, serta dapat menjelaskan “cacat produk”. Sedangkan kekurangan dari publisitas adalah tidak dapat dikontrol karena sifatnya tidak membayar atas pemberitaan, tidak dapat mengontrol jenis pemberitaan yang dimuat, serta *nonpersonal communication* (dalam Kriyantono:2008).

Jadi publisitas akan lebih dipercaya masyarakat dibandingkan dengan iklan. Fakta tersebut dapat kita lihat respon yang ada dari masyarakat pada saat sebuah surat kabar ataupun televisi yang mempublisitaskan sebuah informasi yang mereka kemas ke dalam bentuk berita. Pembaca akan menganggap informasi tersebut sebagai berita yang akurat dan dapat dipercaya. Selain itu, keuntungan dari publisitas terletak pada *budget* yang jelas lebih murah karena dilaksanakan secara bebas dan tanpa dipungut biaya.

## **2. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode ini digunakan karena peneliti ingin menjelaskan lebih dalam



hubungan sebab akibat tetapi akan lebih fokus pada pemaparan situasi yang sedang berlangsung pada saat penelitian dilakukan.

Objek dalam penelitian ini yaitu para pegawai yang terlibat dalam kinerja Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kabupaten Grobogan. Dalam pemilihan informan, peneliti menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel untuk tujuan tertentu dan pengambilan sampel disesuaikan dengan tujuan penelitian (Triyono, 2013). Peneliti akan mengambil 4 informan baik yang tergabung dalam kinerja Bagian Humas dan Keprotokolan Sekretariat Daerah Kabupaten Grobogan. Seperti, Asisten Pemerintahan (H. Puji Raharjo, SH., MM), Kepala Bagian Humas dan Protokol (Muhctarom, S.Sos), Sub. Bagian Pengelolaan dan Penyaringan Informasi (Suharni, SH.), dan Sub. Bagian Humas (Mulyoto). Dipilihnya 4 informan tersebut diambil berdasarkan Bagan Struktur Organisasi di Sekretariat Daerah Kabupaten Grobogan. Yang pertama, Asisten Pemerintahan dipilih karena mewakili Pemerintah Kabupaten Grobogan yang memberikan tugas kepada Bagian Humas dan Keprotokolan. Yang kedua Kepala Bagian Humas dan Keprotokolan dipilih karena mempunyai wewenang dalam mengambil kebijakan dalam melaksanakan tugas. Yang ketiga, Sub. Bagian Pengelolaan dan Penyaringan Informasi dipilih karena menjalankan tugas secara langsung dalam mengelola informasi dan mencari informasi. Yang keempat. Sub. Bagian Humas dipilih karena menjalankan tugas langsung yang berhubungan dengan *media relations*.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara observasi, dan dokumentasi. Peneliti akan melakukan wawancara secara mendalam dengan model wawancara semi terstruktur. Menurut Herdiansyah (dalam Kurniawati, 2016) hal tersebut dilakukan dengan cara tanya jawab mengenai suatu topik yang sudah ditentukan untuk memperoleh hasil yang diinginkan peneliti. Model wawancara ini digunakan oleh peneliti karena meskipun peneliti sudah membuat pedoman wawancara, namun masih cukup memiliki kebebasan dalam merumuskan pertanyaan dan menentukan urutan pertanyaan. Selain itu peneliti akan melakukan observasi *non participant*, yaitu peneliti mengamati secara langsung di lapangan yang berhubungan dengan informasi yang dibutuhkan (Pujileksono: 2015). Data yang diperoleh juga didukung dari hasil dokumentasi berupa foto serta dokumen penting sebagai tambahan informasi yang dibutuhkan peneliti.

Dalam penelitian komunikasi kualitatif, analisis data dapat dilakukan saat pengumpulan data atau setelah proses pengumpulan data berakhir. Bogdan dan Biklen mengemukakan Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting, dan apa

yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. (Moleong, 2008 dalam Pujileksono, 2015:150-151)

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang akan digunakan adalah mengikuti model Miles dan Huberman melalui 3 tahap, yaitu:

a. Reduksi Data

Merupakan proses pemilahan, pemusatan perhatian melalui penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Tahapan reduksi data meliputi membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, menulis memo.

b. Penyajian Data

Penyajian data berarti mendisplay/menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungab antar kategori, dsb. Penyajian data yang sering dipakai dalam penelitian kualitatif adalah bersifat naratif. Ini dimaksudkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab rumusan masalah, karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi atau gambaran yang awalnya belum jelas menjadi jelas dan dapat berupa hubungan kausal/interaktif dan hipotesis/teori. Penarikan kesimpulan dan verifikasi dapat dilakukan setelah dari lapangan (Pujileksono,2015:152).

Validitas data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik triangulasi sumber data, karena dalam penelitian kualitatif untuk menguji keabsahan informasi tidak dapat dilakukan dengan alat-alat uji statistik. Triangulasi data pada hakikatnya merupakan pendekatan multi metode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi/data dengan cara/metode yang berbeda (Pujileksono, 2015:144).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dan pembahasan strategi media relations humas pemerintahan Kabupaten Grobogan dalam melaksanakan publisitas difokuskan kepada tiga hal yaitu peran humas, media relations, dan publikasi informasi.

#### **3.1 Fungsi Humas di Lembaga Pemerintah**

Humas pemerintah Kabupaten Grobogan secara umum memiliki peran sebagai pembuat

regulator yaitu sebagai penyusun konsep dan teknik hubungan pemerintah kepada masyarakat dan keprotokolan pemerintahan Kabupaten Grobogan. Mempunyai peran sebagai penyusun perencanaan dan kebijakan hubungan pemerintah dengan masyarakat dan keprotokolan pemerintah sebagaimana dikemukakan oleh informan 1 bahwa:

“tugas humas yang diberikan yaitu menyusun program kerja di bidang hubungan masyarakat dan keprotokolan, penyusunan kebijakan, pedoman dan petunjuk teknis pembinaan penyelenggaraan humas” (Wawancara dengan H. Puji Raharjo, SH., MM tanggal 26 Oktober 2016).

Selain sebagai regulator atau penyusun kebijakan, humas juga memiliki peran sebagai penyelenggara seluruh kegiatan kehumasan berupa penyelenggaraan fungsi hubungan pemerintah terhadap masyarakat dan keprotokolan sebagaimana dikemukakan informan 1 bahwa:

“Humas merupakan penyelenggaraan dan pelayanan kehumasan dan keprotokolan di lingkungan pemerintah kabupaten, pengkoordinasian, pembinaan pelaksanaan, pemantauan, pengendalian dan evaluasi kegiatan humas dan keprotokolan serta melaksanakan tugas lain yang diberikan Asisten Pemerintahan sesuai dengan bidang tugasnya” (Wawancara dengan H. Puji Raharjo, SH., MM tanggal 26 Oktober 2016).

Penyusunan program kehumasan yang diselenggarakan oleh humas pemerintah Kabupaten Grobogan pada dasarnya selain bertujuan sebagai penghubung antara pemerintah dengan pihak-pihak lain terkait juga memiliki fungsi untuk mengedukasi masyarakat agar berpartisipasi dalam pelaksanaan pembangunan di wilayah Kabupaten Grobogan sebagaimana dikemukakan informan 1 bahwa:

“sehingga nantinya dapat mengedukasi masyarakat agar dapat berpartisipasi dalam kebijakan pemerintah” (Wawancara dengan H. Puji Raharjo, SH., MM tanggal 26 Oktober 2016).

Fungsi humas dalam pelaksanaan pemerintahan di Kabupaten Grobogan sangat relevan, karena humas merupakan pintu dari semua informasi pemerintahan yang harus didengar dan dipahami oleh masyarakat serta juga sebagai bagian yang menyerap aspirasi-aspirasi dari masyarakat. Hal ini sebagaimana dikemukakan informan 1 bahwa:

“Humas sendiri akan memfasilitasi penuh terhadap kebijakan pemerintah kabupaten untuk mensosialisasikan dan juga menggali informasi dari masyarakat yang akan disampaikan kepada pemerintah kabupaten di semua bidang” (Wawancara dengan H. Puji Raharjo, SH., MM tanggal 26 Oktober 2016).

Dalam melaksanakan fungsi dan perannya, humas Kabupaten Grobogan tidak bisa lepas dari peran media massa yang terdapat di Kabupaten Grobogan. Media massa seperti media

cetak dan elektronik memiliki kemampuan menyiarkan informasi kepada masyarakat secara luas. Pentingnya peran media massa dalam pelaksanaan kehumasan di Kabupaten Grobogan sebagaimana disampaikan informan 2 sebagai berikut.

“media sendiri merupakan mitra bagi kita dalam hal mempublikasikan informasi dan juga untuk mengedukasi masyarakat dalam mendapatkan kebutuhan informasi dan juga sebaliknya kami dari pemerintah kabupaten untuk mengetahui apa yang diharapkan oleh masyarakat” (Wawancara dengan Muchtarom, S. Sos tanggal 26 Oktober 2016).

Berdasarkan petikan wawancara dengan informan 1 dapat disimpulkan bahwa bagian Humas di lingkungan Pemerintahan Kabupaten Grobogan memiliki tugas sebagai penyusun dan penyelenggara program kehumasan dan protokoler. Peran humas dalam pelaksanaan pemerintahan di Kabupaten Grobogan sangat penting karena menjadi penghubung antara pemerintah dengan pihak-pihak terkait salah satunya masyarakat. Humas merupakan pintu keluarnya informasi dari pemerintah yang perlu disosialisasikan kepada masyarakat. Humas juga berperan dalam menyerap informasi dan aspirasi dari masyarakat yang ingin disampaikan kepada pemerintah. Seperti pendapat Boztepe(2016)mengungkapkan *public relations* memiliki fungsi manajemen strategis yang berfokus pada membangun, memelihara, mengembangkan dan mengelola hubungan antara organisasi dan masyarakat sehingga dapat saling menguntungkan, percaya, pengertian, dan *goodwill*. Pelaksanaan fungsi kehumasan, Humas Pemerintah Kabupaten Grobogan senantiasa bekerjasama dengan media-media massa yang ada di wilayah Kabupaten Grobogan, karena memiliki akses untuk menyampaikan informasi secara luas kepada masyarakat. Tugas humas secara umum adalah melakukan upaya edukasi kepada masyarakat agar masyarakat lebih berperan dalam proses pembangunan di wilayah Kabupaten Grobogan.

Pelaksanaan tugas humas Kabupaten Grobogan sebagai penyusun dan pelaksana fungsi kehumasan yaitu sebagai penghubung pemerintah dengan pihak-pihak terkait khususnya dalam bidang informasi. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Widjaja (2002:55) yang menjelaskan bahwa humas adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menanamkan pengertian untuk memperoleh *goodwill*, kerja sama dan kepercayaan yang suatu saat akan mendapat dukungan dari pihak lain. Tujuan humas juga untuk membina, memelihara, dan menciptakan sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik dilain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik. Humas mempunyai prinsip pokok yaitu humas bertolak dari dalam organisasi, tindakan perorangan membawa nama keseluruhan, nama baik organisasi tidaklah tergantung kepada apa yang dikerjakan, prinsip banyak bekerja dan

berbicara. Sedangkan pelaksanaan tugas humas yaitu menyelidiki dan mendengar, mengambil ketentuan dan merencanakan, melaksanakan komunikasi, dan penilaian.

Humas memiliki tanggung jawab untuk mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan pemerintah kepada masyarakat sebagai bentuk pertanggungjawaban pemerintah yang telah dipilih oleh rakyat. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Ezekiel & Euphemia(2012) yang mengungkapkan bahwa organisasi *public* atau pemerintah memiliki tanggung jawab untuk mengkomunikasikan atau menginformasikan semua kegiatannya kepada masyarakat sebagai bentuk pertanggungjawaban serta sebagai sarana untuk menunjukkan niat baik (*good will*) pemerintah terhadap masyarakat.

Humas pemerintah mempunyai peran penting dalam menjaga informasi publik tentang isu-isu, masalah, dan tindakan di semua tingkat pemerintahan(Boztepe:2016). Selain sebagai penyalur informasi dari pemerintah ke masyarakat, humas juga memiliki peran untuk menyerap informasi-informasi dari masyarakat yang selanjutnya dijadikan pertimbangan pemerintah dalam mengambil kebijakan maupun melaksanakan kebijakan. Fungsi sebagai penyerap informasi oleh humas merupakan tuntutan tugas humas pemerintah seiring dengan berkembangnya pola kehidupan masyarakat. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Baker dalam Caywood yang menyatakan bahwa di era informasi, praktik humas pemerintah telah bergeser dari interpersonal komunikasi (satu arah) ke arah *the new electro-personal* (komunikasi interaktif). Pemimpin pemerintah dan petugas humas mau tidak mau harus mengubah strategi dan taktik komunikasi mereka sesuai dengan era sekarang (dalam Karlina: 2014).

### **3.2 Kegiatan Media Relations di Pemerintah Kabupaten Grobogan**

Peran dari humas Kabupaten Grobogan salah satunya adalah menyampaikan informasi-informasi dari pemerintah kepada masyarakat khususnya sebagai upaya mensosialisasikan program-program serta kemajuan-kemajuan yang telah dicapai oleh pemerintah Kabupaten Grobogan. Upaya-upaya yang dilakukan oleh humas Kabupaten Grobogan dalam melaksanakan fungsi sebagai *media relation* salah satunya dengan bekerjasama dengan media-media massa yang ada baik media cetak maupun elektronik. Hal ini sebagaimana dikemukakan informan 3 bahwa:

“media yang digunakan humas itu ada media elektronik dan media cetak dek, di media elektronik yang paling sering kerjas sama yaitu I News Tv, TATV, Cakra Tv, kalo radio Pop FM sama Elshinta FM, nah kalo yang media cetak Jawa Pos Radar Kudus, Kedaulatan Rakyat, Suara Merdeka, Solo Pos, Kompas Nasional” (Wawancara dengan Mulyoto tanggal 24 Oktober 2016).

Kerjasama yang dilakukan humas Kabupaten Grobogan dengan media bersifat timbal balik, artinya media secara individu membutuhkan informasi dari humas sebagai bahan pemberitaan, sedangkan humas juga membutuhkan media ketika akan menyebarkan informasi kepada masyarakat yang berupa *press release* dan sebagainya. Pendekatan humas Kabupaten Grobogan dengan media bersifat professional dan interpersonal. Bersifat professional adalah bentuk hubungan humas kabupaten dengan media yang satu sama lain saling membutuhkan, sedangkan bersifat interpersonal adalah bentuk hubungan pribadi dengan para wartawan seperti kontak personal, *press tour*, dan lain-lain. Hal ini sebagaimana dikemukakan informan 3 bahwa:

“pendekatannya kita bangun komunikasi dengan hubungan professional dan juga interpersonal. kalo professional lebih kepada sama-sama saling membutuhkan antara humas dan media, media akan membuat berita dari kita sedangkan kita harus menyampaikan informasi kepada masyarakat yang bersifat kemitraan. kalo yang personal kita lebih ke news service, kontak personal, press tour, coffe morning, resepsi pers, konferensi pers seperti itu” (Wawancara dengan Mulyoto, tanggal 24 Oktober 2016).

Fungsi humas sebagai *media relation* sangat terbantu oleh adanya media massa yang memiliki antusias tinggi terhadap kegiatan-kegiatan pemerintahan Kabupaten Grobogan. Kegiatan-kegiatan pemerintahan seperti kunjungan Bupati, panen raya, bakti sosial dan sebagainya. Se jauh ini menjadi daya tarik yang tinggi menjadi liputan berita-berita dari media massa di sekitar Kabupaten Grobogan sebagaimana dikemukakan informasi 3 bahwa:

“semua kegiatan bupati seperti kunjungan ke lapangan panen raya, mengunjungi UMKM, bakti sosial serta yang lain yang bisa menjadi teladan masyarakat lah, mereka sangat antusias untuk mengikuti kegiatan bupati” (Wawancara dengan Mulyoto, tanggal 24 Oktober 2016).

Pelaksanaan fungsi *human relationsip* dalam pelaksanaanya menemui adanya kendala-kendala, salah satunya dengan media massa. Pada prinsipnya media massa berusaha untuk menyajikan berita-berita yang sensasional dan menarik minat publik. Seringkali berita-berita sensasional tersebut merupakan berita-berita yang dianggap prestasi buruk oleh pemerintah Kabupaten Grobogan seperti pendapat Miller (2006) berpendapat bahwa media lebih cenderung untuk melaporkan cerita yang cenderung sensasional yang dapat menarik perhatian publik (dalam Gurun, 2016), hal ini sebagaimana disampaikan oleh informan 3 bahwa:

“kendalanya yang sering kita alami itu ada pada informasi yang wartawan cari dek, mereka sering mengatakan berita yang buruk merupakan berita yang baik bagi mereka, sedangkan bagi kami berita yang baik adalah berita yang baik pula tentunya, disitulah biasanya ada perselihan dalam membuat berita” (Wawancara dengan Mulyoto, tanggal 24 Oktober 2016).

Humas Kabupaten Grobogan menyadari perlunya adanya jalinan yang baik antara humas dengan media massa agar tercapainya dari tujuan *media relations*. Hal ini dilakukan agar proses penyampaian informasi dari pemerintah kepada masyarakat melalui media massa dapat berjalan dengan baik. Hal ini sebagaimana dikemukakan informan 3 bahwa:

“untuk membina hubungan yang baik kepada teman-teman media, baik cetak ataupun elektronik supaya kemitraan yang telah dilakukan dapat selalu berjalan harmonis serta memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai informasi terkait Kabupaten Grobogan” (Wawancara dengan Mulyoto tanggal 24 Oktober 2016).

Ketika terjadi perbedaan persepsi antara humas dengan media massa menyebabkan informasi yang dipublikasikan oleh media massa tidak sesuai dengan keinginan humas. Kondisi ini dapat menyebabkan terjadinya kesalahan pemahaman masyarakat terhadap informasi tersebut. Tindakan yang dilakukan humas pemerintah Kabupaten Grobogan dalam mengatasi kondisi ini adalah dengan melakukan upaya pelurusan informasi yang biasanya dilakukan dengan mengundang media dalam program *Coffe Morning* untuk berdiskusi dengan para media. Hal ini sebagaimana disampaikan informan 3 bahwa:

“apabila suatu informasi yang dipublikasikan oleh media tidak sesuai yang diharapkan, itu akan dijadikan dalam kegiatan coffe morning tadi, disitu akan dibahas bersama nantinya” (Wawancara dengan Mulyoto tanggal 24 Oktober 2016).

Terlepas dari peran media massa, humas Kabupaten Grobogan juga mengelola informasi yang akan digunakan sebagai *press release* yang dilakukan secara internal oleh pegawai humas baik tulisan, gambat dan juga video. Namun dalam pelaksanaannya terdapat kendala yang dialami khususnya berkaitan dengan kemampuan sumber daya manusia yang terbatas usia sehingga proses publikasi informasi sehingga sedikit mempengaruhi kinerja humas. Hal ini sebagaimana dikemukakan informan 3 bahwa:

“kendala yang kita alami yaitu lebih kepada SDM dari pegawai humas, maklumlah sudah pada tua, kurang mengerti IT juga dan sedikitnya pegawai yang masih muda yang paham IT misal pada saat menggunakan kamera pada liputan, memindah dari kamera di simpan di komputer, mengedit video, seperti itu yang kadang menjadi kendala, ya masih ada yang bisa tetapi cuma sebagian. kalo media relationsnya kita tidak mengalami kendala yang berarti dalam melaksanakan publisitas”(Wawancara dengan Mulyoto tanggal 24 Oktober 2016).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa fungsi humas sebagai *media relations* diwujudkan dalam bentuk bagaimana humas berinteraksi dengan media-media yang ada di wilayah Kabupaten Grobogan. Interaksi tersebut dilakukan dengan



mengedepankan adanya kesepahaman antara humas kabupaten dengan media massa sehingga informasi-informasi yang diinginkan tersampaikan kepada masyarakat, dapat mencapai sasaran sesuai dengan maksud dan tujuan pemerintah. Seperti pendapat Supa(2014), tujuan dari hubungan media adalah untuk tidak hanya mendapatkan liputan media, tetapi untuk mengembangkan hubungan dengan orang-orang yang mampu berkomunikasi terbaik dengan publik. Dalam menjalankan *media relations*, humas memiliki peran menjaga agar kelangsungan relasi pemerintah dengan masyarakat khususnya media massa dapat berjalan dengan baik, berupa terciptanya hubungan yang lancar, dapat membangun kepercayaan timbal balik dan juga saling menghormati serta tercapainya penyampaian informasi yang akurat.

Penting untuk menyampaikan informasi yang baik kepada masyarakat, hal ini disebabkan tidak semua informasi dapat disampaikan kepada masyarakat dengan serta merta. Berita-berita tentang suatu kondisi kedaruratan misalnya, jika langsung disampaikan kepada masyarakat tanpa menggunakan strategi tertentu, dapat menimbulkan kepanikan pada masyarakat dan mengganggu aktivitas sosial di masyarakat. Perlunya pemberitaan yang baik sebagaimana dikemukakan Brown et.al (2013) bahwa tidak semua dapat diterima oleh masyarakat, misalnya terjadinya keracunan di rumah sakit dapat menjadi kepanikan dalam masyarakat jika diberitakan tanpa keterangan yang akurat tentang tindakan-tindakan yang telah dilakukan. Humas perlu mengelola informasi dengan baik agar masyarakat dapat menerima dengan jelas dan dapat mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Humas dalam menjalankan *media relations* juga melihat wartawan sebagai kelompok yang pemangku kepentingan, maka juga harus dilakukan sama hormat dengan kelompok pemangku kepentingan lainnya(Supa, 2014).

Mengetahui pentingnya peran media massa bagi Pemerintah Kabupaten Grobogan dalam menjalankan tugas, maka perlu menjalin hubungan yang harmonis perlu dilakukan kepada media. Beberapa kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Grobogan yang bersifat interpersonal yaitu,

1. *Coffe Morning*, kegiatan ini dilakukan setiap minggu pertama awal bulan yang dihadiri oleh seluruh kepala instansi Pemerintahan dan juga media massa yang ada di Kabupaten Grobogan. Salah satu tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membahas *news today* untuk bahan evaluasi dan juga publikasi.

2. *Press Tour*, kegiatan ini merupakan agenda tahunan satu tahun sekali wisata pers yang diikuti oleh Pegawai di Bagian Humas dan Keprotokolan Sekretariat Daerah Kabupaten Grobogan dan seluruh wartawan yang ada di Kabupaten Grobogan. Kegiatan tersebut dilakukan untuk menjalin hubungan yang lebih erat lagi antara pegawai humas dengan para wartawan yang ada di Kabupaten Grobogan.

3. Resepsi Pers, merupakan kegiatan yang tidak termasuk dalam kegiatan rutin (insidental) lebih kepada undangan dari humas kepada wartawan ke acara khusus seperti Buka Bersama, Bakti Sosial, Makan siang, Acara Hari Jadi Kabupaten, dan lain sebagainya.

4. Konferensi Pers, dengan menyediakan media kit berisikan data tertulis seputar kegiatan agar dipelajari terlebih dahulu oleh wartawan, sehingga pertanyaan yang diajukan tidak melenceng dari tujuan dari diadakannya konferensi pers.

5. *News Service*, biasa dilakukan setiap hari oleh pegawai humas kepada wartawan yang datang ke kantor setiap saat untuk meminta data, berupa foto, video atau data lain untuk bahan publikasi.

6. Kontak Personal, merupakan langkah yang dilakukan oleh Humas Kabupaten Grobogan dalam menghubungi para wartawan dengan membuat buku yang berisikan kontak para wartawan yang ada di Kabupaten Grobogan untuk menginfokan suatu acara yang ada atau perlu diliput dan juga wartawan bisa mempunyai kontak para pegawai humas.

Pelaksanaan peran humas sebagai *media relations* dilaksanakan oleh humas Kabupaten Grobogan dengan menjalin relasi dengan media-media massa yang ada sebagai upaya untuk dapat menyampaikan informasi dari pemerintah kepada masyarakat. Selain itu juga untuk memperoleh *feedback* dari masyarakat sebagai informasi kepada pemerintah dan selanjutnya menjadi landasan dalam menentukan kebijakan pemerintah dimasa mendatang. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Triyono (2013) bahwa *media relations* merupakan bagian dari *public relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antar organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi.

Dari sisi organisasi, membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa untuk memenuhi dan menanggapi kebutuhan dan kepentingan media massa terhadap organisasi tersebut. Sedangkan perbedaan dengan Humas Pemerintah lainnya berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Fajar (2011), Praktik Humas Pemerintah Kabupaten Sragen lebih fokus kepada mengelola media internal untuk mengurangi *image* dari informasi negatif yang tersebar di masyarakat, seperti kasus korupsi dan ijazah palsu. Berbeda dengan praktik Humas Kabupaten Grobogan yang fokus kepada kegiatan *media relations* sebagai sarana mempublikasikan informasi untuk memperoleh publisitas.

### **3.3 Peran Publikasi Informasi sebagai Agen Publisitas**

Humas Kabupaten Grobogan dalam upaya menyampaikan informasi-informasi dari pemerintah kepada masyarakat khususnya sebagai upaya mensosialisasikan program-program

serta kemajuan-kemajuan yang telah dicapai oleh pemerintah Kabupaten Grobogan sudah cukup baik. Artinya humas dalam bertugas menyampaikan informasi-informasi yang perlu diketahui oleh masyarakat banyak menggunakan berbagai cara. Fungsi publikasi informasi seringkali bertujuan untuk menunjukkan keadaan pihak yang ingin menyampaikan informasi, ketika pihak yang menyampaikan informasi adalah pemerintah Kabupaten Grobogan, maka informasi yang disampaikan adalah tentang kegiatan-kegiatan pemerintahan yang berkaitan dengan pembangunan Kabupaten Grobogan serta kemajuan-kemajuan yang telah dicapai pemerintah.

Informasi-informasi yang disampaikan dalam publikasi informasi ini berupa kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Bupati selaku Kepala Daerah Kabupaten Grobogan serta bawahannya yang berhubungan dengan kemajuan Kabupaten Grobogan. Sumber-sumber informasi yang diperoleh pun berasal dari kegiatan-kegiatan pemerintahan Kabupaten Grobogan sebagaimana disampaikan oleh informan 4 bahwa:

“dalam mencari informasi berdasarkan agenda bupati dan dinas – dinas yang akan melaksanakan suatu acara yang memiliki daya tarik bagi media dan juga masyarakat, selain itu juga bisa dari keunggulan atau prestasi dari suatu bidang misalnya pertanian salah satunya kedelai yang kualitasnya jauh lebih baik dari pada kedelai ekspor, batik khas Grobogan yang sudah mulai dikenal nasional dan itu yang sering dipublikasikan oleh media pokoknya tentang UMKM dan pertanian, hal tersebut juga didapatkan dengan koordinasi yang kita lakukan dengan dinas terkait yang menaungi bidang tersebut” (Wawancara dengan Suharni, SH. tanggal 24 Oktober 2016).

Belum banyak diketahui juga saat ini dari tugas humas yang dianggap hanya sekedar menjalankan hubungan dengan media, tetapi menurut Adrian(2015) dimana tugas utama humas juga mengelola informasi untuk dijadikan konferensi pers, news service, siaran pers, dan lain-lain. hal ini sebagaimana juga disampaikan oleh informan 4:

“Nah untuk mengelola kan bagian saya juga melakukan monitoring pada media cetak dengan mengkliping informasi untuk mengetahui apa saja agenda Bupati yang dimuat di media cetak, dan informai yang berkaitan dengan Kabupaten Grobogan, juga melaksanakan koordinasi dengan dinas terkait sesuai dengan bidang tugasnya dalam mencari informasi sebagai bahan publikasi nantinya dan juga bisa sebagai bahan sambutan pada acara resmi, untuk meyiapkan makalah bagi pemimpin daerah pada forum pertemuan resmi, seminar, apa dialog interaktif” (Wawancara dengan Suharni, SH. tanggal 24 Oktober 2016).

Informasi-informasi yang diperoleh dari kegiatan-kegiatan tersebut selanjutnya diinformasikan kepada masyarakat melalui *press release* dan *news service* dari pemerintah baik melalui media yang dimiliki oleh humas Kabupaten Grobogan misalnya blog pemerintah

Kabupaten Grobogan maupun menggunakan media massa konvensional yang ada di masyarakat. Hal ini sebagaimana disampaikan informan 4 bahwa:

“informasi yang diperoleh biasanya oleh humas disebarkan melalui press release, news service, tanya jawab melalui media cetak, tanya jawab melalui siaran radio, yang pasti dipublikasikan melalui media cetak dan elektronik, lewat blog juga (grobogan.go.id) tetapi kebanyakan melalui media cetak, beberapa minggu kemarin humas juga menerbitkan majalah internal yang berisikan kegiatan bupati selama dua periode kemarin dan juga prestasi-prestasi yang diraih itu kan juga bisa dijadikan sarana publisitas oleh anak-anak media.” (Wawancara dengan Suharni, SH. tanggal 24 Oktober 2016) .

Peran publikasi informasi adalah bagaimana humas mencari dan mengumpulkan data yang akan diinformasikan kepada masyarakat serta bagaimana cara informasi tersebut sampai kepada masyarakat. Secara umum informasi yang ingin disampaikan kepada masyarakat adalah tentang program-program yang dijalankan oleh pemerintah Kabupaten Grobogan serta perkembangan dan keberhasilan pembangunan yang telah dilaksanakan.

Sumber informasi yang dipublikasikan diperoleh dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pejabat pemerintah di Kabupaten Grobogan serta informasi-informasi tentang kemajuan Kabupaten Grobogan. Selanjutnya informasi yang telah tersaring tersebut akan diinformasikan kepada masyarakat baik melalui media massa sebagai sarana publisitas yang ada di masyarakat maupun melalui media informasi yang dimiliki oleh humas Kabupaten Grobogan misalnya melalui, radio, majalah internal, website Kabupaten Grobogan.

Peran humas Kabupaten Grobogan sebagai agen publisitas telah dilaksanakan dengan langkah pengumpulan data-data kegiatan-kegiatan pemerintah serta keberhasilan pembangunan yang telah dilaksanakan. Sebagai publisitas, maka humas melaksanakan tugas untuk memberikan *image positive* kepada pemerintah serta mengurangi *image negative* masyarakat terhadap pemerintah. Selanjutnya upaya untuk memaksimalkan dalam melaksanakan publisitas maka humas Kabupaten Grobogan memandang sangat penting untuk memiliki hubungan yang sangat baik dengan media-media massa di wilayah Kabupaten Grobogan. Komunikasi yang intensif antara humas dengan media massa dilakukan untuk meningkatkan pemahaman antara humas dengan media massa sehingga informasi yang diterima masyarakat sesuai dengan yang diharapkan humas.

Peran yang dilaksanakan humas Kabupaten Grobogan sebagai pelaksanaan publisitas sesuai dengan pernyataan Lesley publisitas adalah penyebaran pesan yang direncanakan dan dilakukan untuk mencapai tujuan lewat media tertentu untuk kepentingan tertentu dari organisasi dan perorangan tanpa pembayaran tertentu pada media(dalam Iriantara, 2008). Selanjutnya dampak dari publisitas berupa kesan atau image positif pemerintah sebagaimana

pendapat Kriyantono (2008:45) yang menyatakan keuntungan dari publisitas yaitu publisitas mengandung kredibilitas tinggi di mata khalayak media, khalayak dianggap lebih mempercayai informasi publisitas yang dikemas dalam sajian berita.

## 4. PENUTUP

### 4.1 KESIMPULAN

Strategi media relations humas pemerintah Kabupaten Grobogan dalam melaksanakan publisitas tercakup dalam tiga peran. Ketiga peran tersebut adalah peran sebagai humas, sebagai media relations, dan sebagai publikasi informasi atau publisitas.

Pelaksanaan tugas humas Kabupaten Grobogan sebagai penyusun dan pelaksana fungsi kehumasan yaitu sebagai penghubung pemerintah dengan pihak-pihak terkait khususnya dalam bidang informasi. Humas juga memiliki peran untuk menyerap informasi-informasi dari masyarakat yang selanjutnya dijadikan pertimbangan pemerintah dalam mengambil kebijakan maupun melaksanakan kebijakan. Fungsi sebagai penyerap informasi oleh humas merupakan tuntutan tugas humas pemerintah seiring dengan berkembangannya pola kehidupan masyarakat. Peran humas yang dilakukan oleh bagian Humas Kabupaten Grobogan telah terlaksana dengan baik, dimana humas telah memerankan fungsinya dalam menjembatani komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat dan telah sesuai dengan Peraturan Bupati Grobogan Nomor 24 Tahun 2008. Berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Asemah & Euphemia (2012) yang menyimpulkan praktik *Public Relations* di Pemerintah Daerah setempat kurang adanya kebijakan untuk mengatur fungsi dan tugas dari *Public Relations* sehingga ada ketidakpuasan publik terhadap *public relations*, praktik humas harus dilaksanakan dengan kebijakan sesuai tugas dan fungsi humas untuk mencapai dari tujuan yang diinginkan.

Sebagai media relations, humas memiliki peran menjaga agar kelangsungan relasi pemerintah dengan masyarakat khususnya media massa dapat berjalan dengan baik, berupa terciptanya hubungan yang lancar, dapat membangun kepercayaan timbal balik dan juga saling menghormati serta tercapainya penyampaian informasi yang akurat (Fajar: 2013). Pelaksanaan peran humas sebagai *media relations* dilaksanakan oleh humas Kabupaten Grobogan dengan menjalin relasi yaitu dengan pendekatan personal dan juga hubungan profesional dengan media massa yang ada sebagai upaya untuk dapat mengirimkan informasi dari pemerintah kepada masyarakat selain itu juga untuk memperoleh *feedback* dari masyarakat sebagai informasi kepada pemerintah dan selanjutnya menjadi landasan dalam menentukan kebijakan pemerintah dimasa mendatang.

Peran humas Kabupaten Grobogan sebagai agen publisitas telah dilaksanakan dengan langkah pengumpulan data-data kegiatan-kegiatan pemerintah serta keberhasilan pembangunan yang telah dilaksanakan. Sebagai publisitas, maka humas melaksanakan tugas untuk memberikan image positif kepada pemerintah serta mengurangi image negative masyarakat terhadap pemerintah. Upaya untuk melakukan media relations dalam melaksanakan publisitas maka humas Kabupaten Grobogan memandang sangat penting untuk memiliki hubungan yang sangat baik dengan media-media massa di wilayah Kabupaten Grobogan. Komunikasi yang intensif antara humas dengan media massa dilakukan untuk meningkatkan keahaman antara humas dengan media massa sehingga informasi yang diterima masyarakat sesuai dengan keinginan humas (Boztepe: 2016).

#### **4.2 SARAN**

Bagi divisi Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kabupaten Grobogan agar lebih banyak lagi dalam penyaringan pegawai humas baru yang sesuai dalam bidang kehumasan dan juga dapat memahami IT dan dapat mengikuti perkembangan IT nantinya, sehingga dapat memaksimalkan kinerja bagian humas dan protokol dalam menjalin hubungan dengan media sehingga publisitas akan tercapai sesuai dengan apa yang diharapkan.

Sedangkan bagi peneliti selanjutnya, agar penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya mengenai *media relations*, publikasi informasi, atau penelitian selanjutnya bisa lebih kepada level komunikasi organisasi yang dilakukan karena banyak pegawai humas yang bidang keahliannya bukan merupakan bidang humas.

#### **5. PERSANTUNAN**

Penelitian ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak yang sangat membantu dalam menyelesaikan penelitian ini. Peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada banyak pihak antara lain:

1. Drs. Joko Sutarso, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing
2. Badan Kesatuan Bangsa dan Perlindungan Masyarakat Kabupaten Grobogan
3. Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kabupaten Grobogan

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Abdullah, Aceng. (2001). *"Press Relations Kiat Berhubungan Dengan Media Massa"*.

Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Ahmad, J. H. (2015). Public Relations Vs . Advertising, *31*(2), 117–130. Retrieved from [https://www.researchgate.net/profile/Jamilah\\_Ahmad/publication/303450373\\_Public\\_Relations\\_vs\\_Advertising/links/5743cded08ae9f741b3a1f67.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Jamilah_Ahmad/publication/303450373_Public_Relations_vs_Advertising/links/5743cded08ae9f741b3a1f67.pdf)
- Asemah, A. S. & Asogwa, C. E. (2012). Public Relations Strategies and the Administration of Jos North Local Government Area , Plateau State , Nigeria. *Journal of Arts, Science & Commerce* 3(4(1)), 72–82. Retrieved from <http://search.proquest.com/openview/24d6d49cb54678d0b01e65361274d0f9/1?pq-origsite=gscholar&cbl=556342>
- Brown, J., Gaudin, P. & Moran, W. (2013). PR and Communication in Local Government and Public Services, 1–32. Retrieved from <http://books.google.fr/books?id=yBQvoNrLCdQC>
- Fajar, Muhammad Sidiq. (2011). ”Strategi Menejemen Media oleh Humas Pemerintah Media”. Skripsi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Gurun, U. G. (2016). Benefits of Publicity. Paper University of Texas at Dallas (October 2016), 1–42. Retrieved from [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2706969](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2706969)[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6435/Menkominfo--Humas-Pemerintah-Harus-Tingkatkan-Inovasi-Kreativitas-dan-Karya--/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6435/Menkominfo--Humas-Pemerintah-Harus-Tingkatkan-Inovasi-Kreativitas-dan-Karya--/0/berita_satker)
- [Http://ppid.dpr.go.id](http://ppid.dpr.go.id)(diakses pada 22 Agustus 2016).
- Idris, Ika Karlina. (2014). Peran Humas Pemerintah di Era Keterbukaan Informasi (Analisis Isi Permenpan-RB No. 6 Tahun 2014 tentang Jabatan Fungsional Pranata Humas dan Angka Kreditnya), (6).
- Iriantara, Yosol. (2008), ”*Media Relations konsep, pendekatan, dan praktik*”. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kriyantono, Rachmat. (2008),”*Public Relations Writing (Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat)*”. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kurniawati, W. D. N. (2016), Pemanfaatan Instagram oleh Komunitas Wisata Grobogan dalam Mempromosikan Potensi Wisata Daerah. *Komuniti*, (Vol. VIII, No. 2, September 2016), 127-143. Universitas Muhammadiyah Surakarta.



- Peraturan Bupati Grobogan Nomor 24. (2008), "Tugas Pokok, Fungsi, Uraian Tugas Jabatan dan Tata Kerja Organisasi". Pemerintah Kabupaten Grobogan.
- Pujileksono, Sugeng. (2015), "*Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*". Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Purwoko, Intantya Putrie. (2015), "Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat dan Keterbukaan Informasi Publik". Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ruslan, Rosady. (2003), "*Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*", Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2016), "*Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*", Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Triyono, A. (2013). Strategi Media Relations Perguruan Tinggi Di Surakarta (Studi Di Universitas Muhammadiyah Surakarta Dan Universitas Sebelas Maret), *Komuniti*, (Vol. V No. 1 Maret 2013), 1–9. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Skerl, P. V. (2015). Media Relations As A Strategic Instrument In Slovenian Companies. *Journal of Accounting and Management*, 1–10.
- Supa, D. W., & Ph, D. (2014). The Academic Inquiry of Media Relations as both a Tactical and Strategic Function of Public Relations. *Journal of the Institute for Public Relations*, 1–15. Retrieved from <http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/OrgSupa1stIssue1.pdf>
- Taşkıran, H. B. (2016). Government Public Relations in Turkey: Social Media Usage of Turkish Ministries in Relationship Building. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 6(1), 48–63. Retrieved from [http://search.proquest.com/docview/1761974141?accountid=10382%5Cnhttp://link.library.curtin.edu.au/openurl??url\\_ver=Z39.88-2004&rft\\_val\\_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=article&sid=ProQ:ProQ%3Ahightechjournals&atitle=Government+Public+Relations+in+T](http://search.proquest.com/docview/1761974141?accountid=10382%5Cnhttp://link.library.curtin.edu.au/openurl??url_ver=Z39.88-2004&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=article&sid=ProQ:ProQ%3Ahightechjournals&atitle=Government+Public+Relations+in+T)
- Widjaja, H.A.W. (2002), "*Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*". Jakarta: Bumi Aksara.